

Investigaciones

2016



LAS INDUSTRIAS CREATIVAS EN EL ATLÁNTICO: MAPEO CULTURAL



Investigaciones

2016

ISBN 978-958-96550-9-2

Cámara de Comercio de Barranquilla

Gustavo Pacheco Castro

Jefe de Investigaciones Económicas

Daisy Nieto Rodríguez

Investigador Económico

Comunicación y Mercadeo 2016

Fundesarrollo

Laura Cepeda Emiliani

Rubén Hernández Burgos

Stefannia García Lacouture

Contenido

Índice de Gráficas	5
Índice de Ilustraciones.....	5
Índice de Tablas	6
1. Introducción.....	7
2. Revisión de literatura	8
3. Metodología.....	10
4. Caracterización del sector	14
4.1. Producción.....	14
4.2. Empresas	17
4.3. Exportaciones.....	20
4.4. Capital humano	22
4.5. Consumo cultural.....	24
4.6. Sector público.....	27
5. Retos de las industrias creativas.....	29
A. Confecciones y accesorios.....	31
B. Capítulo Carnaval	36
B.1 Antecedentes.....	36
B.2 Eventos	39
B.3 Actores del Carnaval.....	42
B.4 Aspectos Económicos.....	44
B.4.1 Recursos monetarios movilizados.....	44
B.4.2 Ocupación e informalidad laboral.....	45
B.4.3 Turismo	45

B.4.4	Movimiento de pasajeros.....	46
B.4.5	Ocupación hotelera.....	48
B.5	Recursos Financieros	49
B.5.1	Ingresos	49
B.5.2	Presupuesto de Gastos según eventos.....	49
	Referencias	51

Índice de Gráficas

Gráfica 1: Participación del PIB cultural en el Atlántico	15
Gráfica 2: Participación de la industria creativa en el total de empresas del Atlántico.....	17
Gráfica 3: Aporte promedio de los cinco sectores principales bajo criterio DANE	18
Gráfica 4: Aporte promedio de los cinco sectores principales bajo criterio propio	18
Gráfica 5: Tasa de crecimiento de la Utilidad neta vs. Pasivos corrientes de la industria creativa bajo criterio DANE.....	19
Gráfica 6: Tasa de crecimiento de la Utilidad neta vs. Pasivos corrientes de la industria creativa bajo criterio propio.....	19
Gráfica 7: Participación promedio de los graduados en el Atlántico en bellas artes por núcleo básico de conocimiento	24
Gráfica 8: ¿Qué tan satisfecho está usted en general con la oferta cultural de Barranquilla?.....	27
Gráfica 9: Participación promedio en la producción bruta por sector en la industria de confecciones y accesorios.....	32
Gráfica 10: Tasa de crecimiento de la Utilidad neta vs. Pasivos corrientes del sector de confecciones y accesorios	33
Gráfica 11: Distribución de los eventos del Carnaval de Barraquilla según categoría.....	40
Gráfica 12: Participación del Tráfico de pasajeros por mes en el Aeropuerto Ernesto Cortissoz	47
Gráfica 13: Ocupación Hotelera en Carnaval.....	48

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Antecedentes del Carnaval.....	38
Ilustración B-2: Eventos en la ciudad	41

Índice de Tablas

Tabla 1: Sectores y subsectores de las industrias creativas	10
Tabla 2: Actividades según cuenta satélite de cultura del DANE	11
Tabla 3: Actividades según criterio de Fundesarrollo	13
Tabla 4: Participación de las industrias creativas bajo criterio DANE en la producción bruta industrial del Atlántico	16
Tabla 5: Participación de las industrias creativas bajo criterio propio en la producción bruta industrial del Atlántico	16
Tabla 6: Exportaciones de las industrias creativas del Atlántico bajo criterio DANE	21
Tabla 7: Exportaciones de las industrias creativas del Atlántico bajo criterio propio	22
Tabla 8: Asistencia a espacios culturales en 2014	25
Tabla 9: Preferencias por actividades en Barranquilla	26
Tabla 10: Tarifa promedio del impuesto de Industria y Comercio por sector industrial	29
Tabla 11: Actividades sector confecciones y accesorios	31
Tabla 12: Principales eventos del Precarnaval de Barranquilla	40
Tabla 13: Principales eventos del carnaval de Barranquilla	41
Tabla 14: Número de disfraces participantes en el Carnaval de Barranquilla	42
Tabla 15: Número de grupos adultos y juveniles participantes en el Carnaval de Barranquilla	42
Tabla 16: Número de grupos infantiles participantes en el Carnaval de Barranquilla	43
Tabla 17: Número de grupos líderes de la tradición participantes en el Carnaval de Barranquilla	43
Tabla 18: Los 20 actores más antiguos del carnaval	44
Tabla 19: Distribución del presupuesto de gastos según eventos del Carnaval	50

1.Introducción

El desarrollo económico que ha experimentado el departamento del Atlántico en los últimos cinco años, lo ha convertido en foco de estudio y ejemplo para la Región Caribe Colombiana. Esta situación ha llevado a reconsiderar la estructura productiva del departamento y explorar las posibilidades de mantener el comportamiento que lo puso de frente y a la vista del público.

Tradicionalmente una de las formas de mantener una coyuntura económica ejemplar, es la innovación de la producción del territorio. Es decir, la explotación de potencial de sectores que no cuentan con un peso importante en la producción pero, cuyo desarrollo podría significar una fuente adicional de crecimiento. En los últimos años diversos estudios han sugerido, el sector agrícola, logístico o farmacéutico, como posibles pujantes del Atlántico, pero ellos se mantienen dentro de la estructura tradicional de su producción.

La innovación de la estructura productiva, implica que se debe considerar la explotación de sectores que cuenten con un alto potencial de crecimiento, y que además no formen parte de su base productiva. Un ejemplo de esto es la cultura, pues congrega ventajas, representa posibilidades de encadenamiento y se encuentra poco explorada como sector de desarrollo en el departamento. El presente trabajo pretende mapear las características de este sector y analizar sus ventajas y desventajas, para convertirse en catalizador del crecimiento, a través del desarrollo de las industrias creativas que se derivan de este: Artes escénicas, Artes visuales, Audiovisual, Música, Diseño, Patrimonio Material, Patrimonio Inmaterial y Formación Artística.

Por cultura se entiende “el conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que caracterizan a los grupos humanos y que comprende, más allá de las artes y las letras,

modos de vida, derechos humanos, sistema de valores, tradiciones y creencias” (Colombia, 1997). Este sector que en el país representa alrededor del 3,3% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional, de acuerdo al (Banco Interamericano de Desarrollo, 2013), y que el Ministerio de Cultura espera suba al 3,6% este año, revela ser suficiente diverso, para convertirse en un impulso económico.

El presente estudio se encuentra dividido en cinco secciones de la siguiente forma: (I) presenta el objetivo del trabajo, (II) explora la

literatura al respecto de lo que es una industria creativa, (III) expone la metodología adoptada para el mapeo cultural del Atlántico, (IV) revela el estado del sector en el departamento, a través de la exploración de estadísticas básicas de producción, empresas, exportaciones, capital humano, consumo cultural y el rol que el sector público juega en el desarrollo de las mismas y (V) presenta los retos a los que se enfrenta la industria creativa. Adicionalmente, se incluye un análisis diferenciado para el sector de confecciones y moda y el Carnaval.

2.Revisión de literatura

Siendo el propósito de este estudio mapear las características del sector cultural en el Atlántico, a fin de entender su potencial como perpetuador de la dinámica económica positiva que ha puesto al departamento en la vista pública. Es necesario entender la importancia de esta actividad y los medios a través de los cuales se transmitirían su desarrollo.

La cultura es un ‘software social’ necesario para manejar la complejidad de las sociedades y economías contemporáneas y sus variadas interrelaciones e implicaciones, además de ser un importante sector de la economía. En este sentido, las industrias creativas definidas por el Departamento de Cultura, Medios y Deportes (DCMS) del Reino Unido como aquellas que “tienen su origen en la creatividad, las habilidades

individuales y el talento y tienen el potencial de crear riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual” suelen ser el medio a través del cual se manifiestan los efectos cuantitativos de las interrelaciones que la cultura engloba.

Los efectos cuantitativos de las industrias creativas son bastante complejos de medir, pues el impacto indirecto económico total de la cultura y la participación cultural deben ser mucho más grande que el directo. No obstante, existen algunos puntos que pueden seguirse para medir estos efectos indirectos, (Sacco, 2016) propone ocho enfoques para ello, los cuales comprenden innovación, bienestar, sostenibilidad, cohesión social, nuevo emprendimiento, debilidad del poder, identidad local y conocimiento de la economía.

La guía para mapear las industrias creativas propuesta por (Newbigin, 2009) ofrece métodos alternativos para cuantificar estos efectos, al sectorizar el enfoque de la medición en los espacios que se espera tenga

un efecto la misma. Y, de esta manera sugiere la alternativa de subdividir la industria en los sectores claves del territorio y excluir aquellos que no utilicen las ventajas comparativas, competitivas y relativas del mismo frente al mundo.

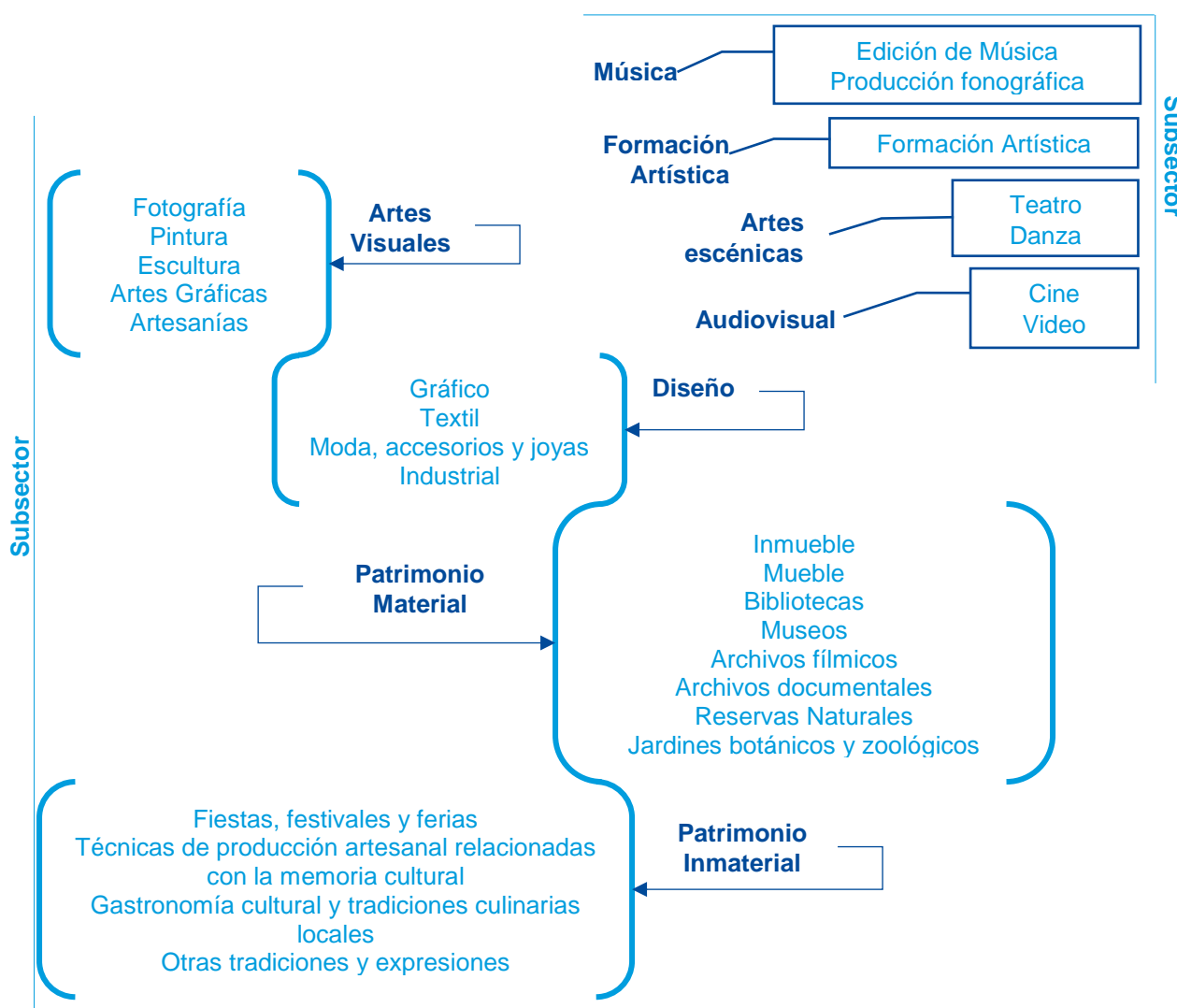
Aun cuando se logre acordar la forma en que se consideren estos impactos, el reto de las industrias creativas yace como señalan (Buitrago Restrepo & Duque Márquez, 2013), en superar el falso dilema entre el desarrollo económico y el cultural. Pues, al incorporar la responsabilidad pública con la validación de la dimensión comercial de la cultura y la creatividad, su articulación con la tecnología y el acceso a mercados, puede convertirla en eje de crecimiento inagotable. Dicho eje será inagotable siempre y cuando se sea prudente, pues como menciona Pier Luigi Sacco “Los periodos de crisis son usualmente aquellos en que la necesidad estimula la creatividad y adaptaciones positivas del sistema cultural a un ambiente negativo”.

3. Metodología

Ante la multiplicidad de enfoques para caracterizar las industrias creativas como se mencionaba en la sección anterior, para la caracterización del sector en el Atlántico se siguieron las pautas propuestas por la guía de (Newbiggin, 2009) para mapear

industrias creativas. De esta forma, se siguió la sectorización propuesta para mapeos regionales del (Ministerio de Cultura, 2005) y se subdividió el sector de industrias creativas en ocho sectores principales, ramificados en pequeños subsectores así:

Tabla 1: Sectores y subsectores de las industrias creativas



Fuente: Guía para la elaboración de mapeos de industrias creativas - Ministerio de Cultura

Siguiendo esta división como base, para determinar las actividades específicas de cada sector y subsector se tuvieron en criterios manejados por instituciones oficiales y criterios ajustados a la necesidad del estudio. A este respecto, El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), encargado de manejar las estadísticas sociales, económicas y culturales del país, viene realizando ejercicios por amplificar la capacidad

analítica de sus cuentas nacionales, a través de la realización de cuentas satélites enfocadas en sectores dados que flexibilicen la cobertura de los datos. La cuenta satélite para el sector cultural de Colombia que nace en 2005, designada las actividades correspondientes a la división planteada como base utilizando la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) revisión 4 A.C., las cuales se exponen en la Tabla 2.

Tabla 2: Actividades según cuenta satélite de cultura del DANE

CIIU	Descripción
3240	Fabricación de juegos, juguetes y rompecabezas
4761	Comercio al por menor de libros, periódicos, materiales y artículos de papelería y escritorio, en establecimientos especializados
4762	Comercio al por menor de artículos deportivos, en establecimientos especializados
5811	Edición de libros
5812	Edición de directorios y listas de correo
5813	Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas
5819	Otros trabajos de edición
5911	Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión
5912	Actividades de posproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión
5913	Actividades de distribución de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión
5914	Actividades de exhibición de películas cinematográficas y videos
5920	Actividades de grabación de sonido y edición de música
6010	Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora
6020	Actividades de programación y transmisión de televisión
6110	Actividades de telecomunicaciones alámbricas
6120	Actividades de telecomunicaciones inalámbricas
6130	Actividades de telecomunicación satelital
6391	Actividades de agencias de noticias
7110	Actividades de arquitectura e ingeniería y otras actividades conexas de consultoría técnica
7220	Investigaciones y desarrollo experimental en el campo de las ciencias sociales y las humanidades
7310	Publicidad
7410	Actividades especializadas de diseño

CIU	Descripción
7420	Actividades de fotografía
7740	Arrendamiento de propiedad intelectual y productos similares, excepto obras protegidas por derechos de autor
8511	Educación de la primera infancia
8512	Educación preescolar
8513	Educación básica primaria
8521	Educación básica secundaria
8522	Educación media académica
8523	Educación media técnica y de formación laboral
8530	Establecimientos que combinan diferentes niveles de educación
8541	Educación técnica profesional
8542	Educación tecnológica
8543	Educación de instituciones universitarias o de escuelas tecnológicas
8544	Educación de universidades
9001	Creación literaria
9002	Creación musical
9003	Creación teatral
9004	Creación audiovisual
9005	Artes plásticas y visuales
9006	Actividades teatrales
9007	Actividades de espectáculos musicales en vivo
9008	Otras actividades de espectáculos en vivo
9101	Actividades de bibliotecas y archivos
9102	Actividades y funcionamiento de museos, conservación de edificios y sitios históricos
9103	Actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales

Fuente: CIU rev 4 A.C. – En base a la cuenta Satélite de Cultura DANE

Pero dado el objeto del estudio de mapear las actividades culturales, únicamente se creó una definición más restringida construida a partir de la misma, en la que se obvian actividades de educación y de la industria de juguetes que a criterio de los investigadores pueden alterar los resultados de lo que compone la industria creativa del Atlántico, las

actividades adoptadas en este criterio se enlistan en la Tabla 3. Para ambas definiciones, el sector de modas y accesorios se mantuvo por fuera, pues al componer alrededor del 4% de la estructura empresarial, es parte de la estructura productiva poco explorada pero tradicional del departamento, siendo necesario un análisis separado de su potencial.

Tabla 3: Actividades según criterio de Fundesarrollo

CIU	Descripción
3220	Fabricación de instrumentos musicales
4769	Comercio al por menor de otros artículos culturales y de entretenimiento n.c.p. en establecimientos especializados
5811	Edición de libros
5812	Edición de directorios y listas de correo
5813	Edición de periódicos, revistas y otras publicaciones periódicas
5819	Otros trabajos de edición
5911	Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión
5912	Actividades de posproducción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión
5913	Actividades de distribución de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión
5914	Actividades de exhibición de películas cinematográficas y videos
5920	Actividades de grabación de sonido y edición de música
6010	Actividades de programación y transmisión en el servicio de radiodifusión sonora
6020	Actividades de programación y transmisión de televisión
6391	Actividades de agencias de noticias
7410	Actividades especializadas de diseño
7420	Actividades de fotografía
7740	Arrendamiento de propiedad intelectual y productos similares, excepto obras protegidas por derechos de autor
8553	Enseñanza cultural
9001	Creación literaria
9002	Creación musical
9003	Creación teatral
9004	Creación audiovisual
9005	Artes plásticas y visuales
9006	Actividades teatrales
9007	Actividades de espectáculos musicales en vivo
9008	Otras actividades de espectáculos en vivo
9101	Actividades de bibliotecas y archivos
9102	Actividades y funcionamiento de museos, conservación de edificios y sitios históricos
9103	Actividades de jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales

Fuente: CIU rev 4 A.C. - Elaboración propia

Todas las variables consideradas para el estudio se obtuvieron para las dos definiciones, a fin de ofrecer una mirada comparativa de los efectos que la inclusión de las actividades educativas y de fabricación de juguetes, pueden tener en lo que se entiende como industrias creativas.

Para facilitar el entendimiento del lector las cifras obtenidas con el criterio de la cuenta satélite de cultura, se denominan de aquí en adelante como “criterio DANE” y aquellas obtenidas bajo el creado para el análisis como “criterio propio”.

4. Caracterización del sector

A fin de entender la forma en que se compone el sector y evaluar sus debilidades y fortalezas como agente perpetuador de crecimiento a continuación se presenta la situación actual del mismo en términos de producción, empresas, capital humano, exportaciones, consumo cultural y sector público.

4.1. Producción

Ante las limitaciones de desagregación por sectores de las cuentas departamentales del PIB, se aproximó el peso del sector creativo, agrupando las siguientes ramas de actividad:

⇒ Correo y telecomunicaciones

⇒ Actividades de servicios a las empresas excepto servicios financieros e inmobiliarios

⇒ Actividades de asociaciones n.c.p.; actividades de esparcimiento y actividades culturales y deportivas; otras actividades de servicios de mercado

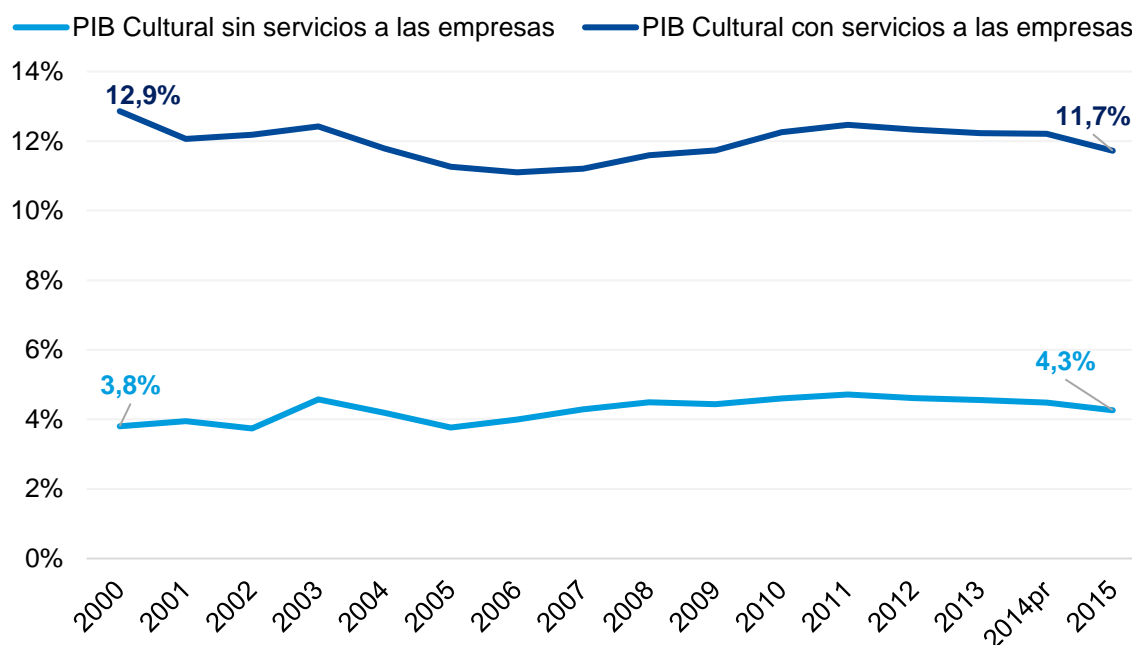
⇒ Actividades de asociaciones n.c.p.; actividades de esparcimiento y actividades culturales y deportivas; otras actividades de servicios de no mercado

Lo cual significaría que en promedio la actividad cultural del Atlántico representa el 12% de su PIB entre 2000 y 2015, pero, siendo las actividades de servicios a las

empresas tan variadas y extensas, podría pensarse en obviar su participación haciendo que el peso aproximado del sector caiga 4,3%, como puede observarse en la Gráfica

1. No obstante, esta cifra requiere un estimativo más técnico, pues la variedad de actividades que encierra cada una de ellas, puede sesgar la misma.

Gráfica 1: Participación del PIB cultural en el Atlántico



Fuente: DANE. Elaboración Fundesarrollo

Ante la falta de desagregación de la producción del departamento y el sesgo de esta aproximación, puede entrarse a considerar la producción de las industrias creativas, utilizando la Encuesta Anual Manufacturera del DANE. La industria del departamento es bastante conservativa, y se concentra en la producción de químicos y actividades de metalurgia que representan cerca del 50% del

producto industrial, por ello no es sorpresa encontrar que dentro de las actividades que componen el sector creativo estas no representen nada dentro del mismo.

Bajo el criterio del DANE solo las industrias variadas, es decir, las industrias que no entran en una clasificación previa, representan el 7,7% de la producción bruta industrial del Atlántico entre 2000 y 2014, como

se observa en Tabla 4. No obstante, al ser más rigurosos bajo el criterio propio solo las actividades de edición hacen parte de lo que compone el

sector creativo en la industria y representan solo el 0,1% en promedio de la misma.

Tabla 4: Participación de las industrias creativas bajo criterio DANE en la producción bruta industrial del Atlántico

Año	Actividades de edición	Fabricación de juegos, juguetes y rompecabezas	Industrias manufactureras ncp	Industria cultural	Industria total
2000	0,1%		8,1%	8,2%	100%
2001	0,1%		9,5%	9,6%	100%
2002	0,1%		8,8%	8,8%	100%
2003			8,0%	8,0%	100%
2004			8,9%	8,9%	100%
2005			8,5%	8,5%	100%
2006			8,2%	8,2%	100%
2007			8,7%	8,7%	100%
2008	0,0%		7,4%	7,5%	100%
2009	0,1%		6,6%	6,7%	100%
2010	0,1%		7,1%	7,2%	100%
2011	0,1%		5,2%	5,3%	100%
2012	0,0%		5,0%	5,0%	100%
2013		0,5%		0,5%	100%
2014		0,7%		0,7%	100%
Promedio	0,1%	0,6%	7,7%	6,8%	100%

Fuente: Encuesta Anual Manufacturera (EAM) - Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Elaboración Fundesarrollo

Tabla 5: Participación de las industrias creativas bajo criterio propio en la producción bruta industrial del Atlántico

Año	Actividades de edición	Industria cultural	Industria total
2000	0,1%	0,1%	100%
2001	0,1%	0,1%	100%
2002	0,1%	0,1%	100%
2003		0,0%	100%
2004		0,0%	100%
2005		0,0%	100%
2006		0,0%	100%
2007		0,0%	100%
2008	0,0%	0,0%	100%
2009	0,1%	0,1%	100%
2010	0,1%	0,1%	100%
2011	0,1%	0,1%	100%
2012	0,0%	0,0%	100%
2013		0,0%	100%
2014		0,0%	100%
Promedio	0,1%	0,0%	100%

Fuente: Encuesta Anual Manufacturera (EAM) - Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). Elaboración Fundesarrollo

De esta forma, se hace claro que la industria creativa del Atlántico entendida bajo términos de producción y manufacturas, no puede ser aproximada adecuadamente. Debe entonces recurrirse a métodos alternativos para la consideración del sector cultural y su importancia departamental.

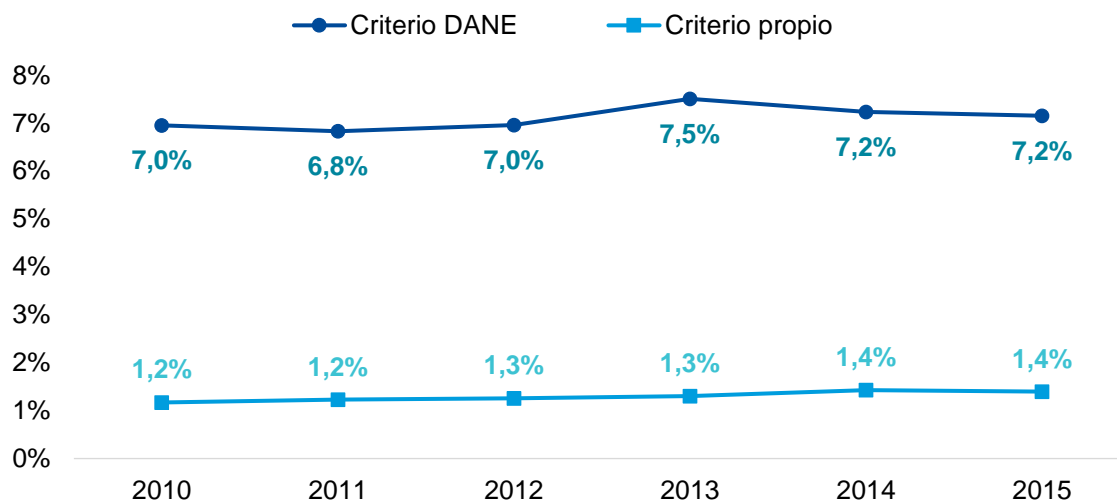
4.2. Empresas

Una forma adicional de aproximar el peso de la industria creativa es indagar por la contribución de la misma no a la producción del departamento, sino a las unidades económicas del mismo. Considerando que las empresas por definición son unidades económicas y de producción

la representación sobre el tejido empresarial del territorio, de este sector, puede ofrecer una visión sin sesgo de su potencial.

Utilizando la información del registro mercantil de la Cámara de Comercio de Barranquilla, cuya jurisdicción es el departamento del Atlántico, se puede observar que bajo el criterio DANE las empresas correspondientes a industrias creativas en el departamento representan el 7,1% de la estructura empresarial, mientras que bajo criterio propio y riguroso solo representan el 1,3% en promedio entre 2010 y 2015, como expone la Gráfica 2.

Gráfica 2: Participación de la industria creativa en el total de empresas del Atlántico



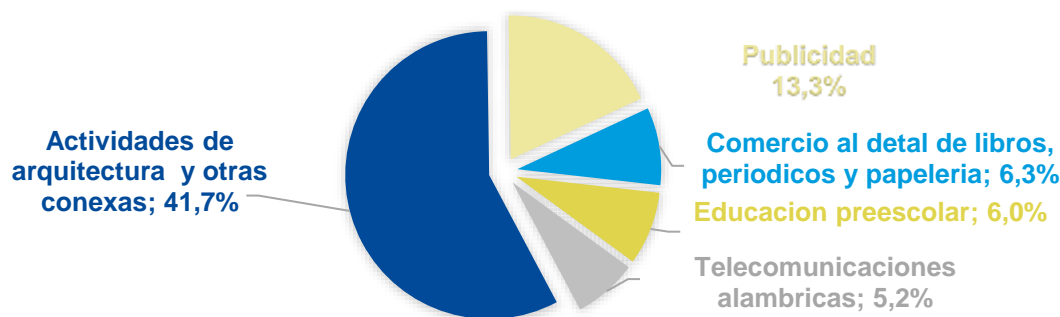
Fuente: Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla. Elaboración Fundesarrollo

Bajo ambos criterios el grueso de esta representatividad lo componen las microempresas quienes representan más del 80% en ambos casos. Siendo que el tejido empresarial atlanticense está compuesto en alrededor de un 90% por empresas de este tamaño, según estadísticas del Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de Barranquilla. Así las cosas, estos datos revelan consistencia en los mismos.

Aun cuando en tamaño ambos criterios coinciden, al observar los

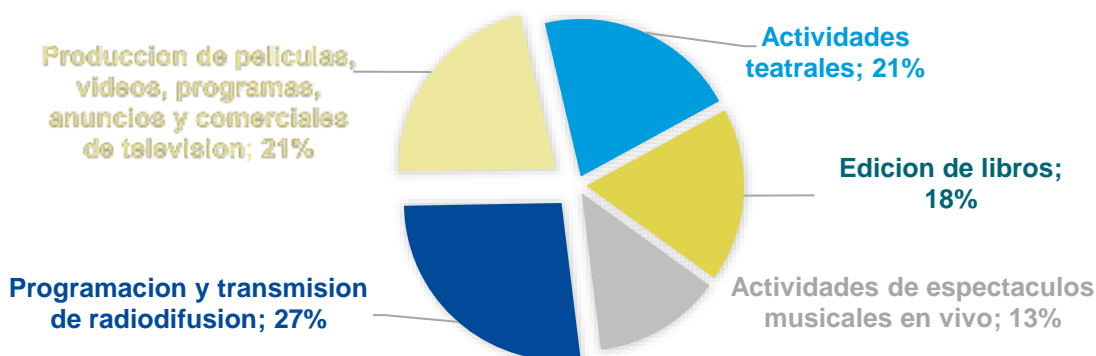
subsectores que componen el tejido de empresas se encuentra que bajo el criterio DANE, estas se concentran en actividades de publicidad, comercio de libros, educación preescolar, actividades de telecomunicaciones alámbricas y de programación y transmisión de radiodifusión. Mientras que bajo el criterio propio la actividad no está centralizada y se reparte entre actividades teatrales, producción y radio difusión principalmente, como se refleja en la Gráfica 3 y Gráfica 4.

Gráfica 3: Aporte promedio de los cinco sectores principales bajo criterio DANE



Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla. Elaboración Fundesarrollo

Gráfica 4: Aporte promedio de los cinco sectores principales bajo criterio propio

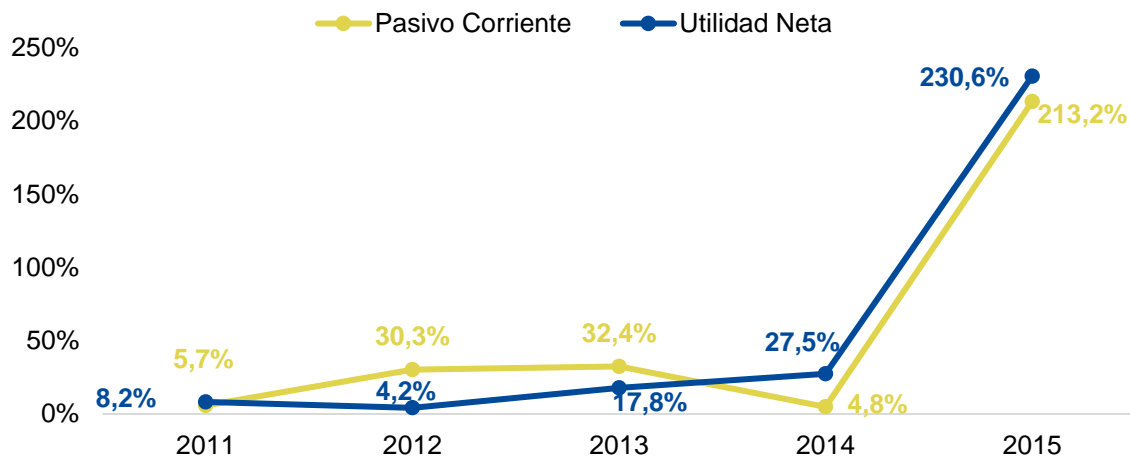


Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla. Elaboración Fundesarrollo

Las unidades económicas de las industrias creativas han crecido a un ritmo promedio mayor que el del tejido empresarial departamental, bajo ambos criterios entre 2010 y 2015, proliferando el potencial del mismo. Pero pese a proliferarse a lo largo de

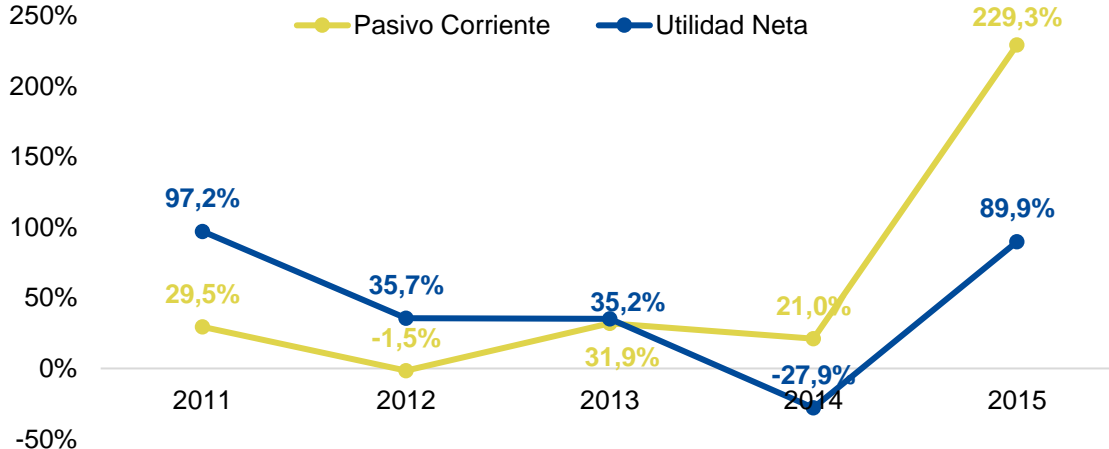
los años, estas unidades se caracterizan por que sus niveles de pasivos crecen por encima de lo que hacen sus activos totales, y en bajo el criterio propio incluso por encima de lo que lo hace su utilidad neta, como evidencia las Gráfica 5 y Gráfica 6.

Gráfica 5: Tasa de crecimiento de la Utilidad neta vs. Pasivos corrientes de la industria creativa bajo criterio DANE



Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla. Elaboración Fundesarrollo

Gráfica 6: Tasa de crecimiento de la Utilidad neta vs. Pasivos corrientes de la industria creativa bajo criterio propio



Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla. Elaboración Fundesarrollo

Esta situación se ve agravada cuando se tiene en cuenta que el fenómeno se ha venido agudizando con la competencia, y que al ser más riguroso en la definición, la situación de altas deudas y pocas ganancias se torna más crítica, y se concentra más que todo dentro de las microempresas del sector, cuyo tamaño intrínseco las hace más vulnerables a choques coyunturales. Debe aclararse que al ser el Registro Mercantil una base de datos autorreportada por las empresas, pueden existir sesgos de información dada la libertad, que tienen en el reporte de los datos, por lo que aun cuando presenten una adecuada aproximación se debe ser cautelosos con los mismos.

Se observa entonces que las empresas que conforman la industria creativa del Atlántico, son bastante susceptibles y poco lucrativas. La entrada de competencia en el sector creativo, detrimenta aún más su posición, por lo que su consideración como sector de impulso deberá darse solo en los pocos sectores que dentro de este muestren un buen comportamiento, como es el caso de las actividades de radiodifusión,

transmisión y comercio de artículos culturales al por menor. Pues, desde la perspectiva de unidades productivas la industria creativa no muestra ser factible como eje de crecimiento, ante su alta vulnerabilidad.

4.3. Exportaciones

El comercio que generan las unidades productivas son unas de las formas de cuantificar los posibles encadenamientos de un sector, y la relevancia del mismo en la cadena de transacciones. Cuando se realizan intercambios comerciales entre países, es posible valorar cual es el potencial de intercambio con el que cuenta el territorio, de forma que el comercio exterior representa una ventana de los puntos que pueden transformarse en enclaves de crecimiento.

Las industrias creativas no representan parte importante del comercio exterior atlanticense bajo ninguno de los dos criterios utilizados como prueba las Tabla 6 y Tabla 7. Si se incluye el comercio de juguetes bajo el criterio DANE, solo representan el 1% de las

exportaciones del tejido empresarial, y cuando se utiliza el criterio creado este porcentaje cae a menos del 0,05% del mismo. Para ambos casos la balanza comercial de esta industria es completamente deficitaria, y si bien esto puede deberse a que los productos del sector externo en esta son fuertes competidores e importaciones de tradición, el panorama refleja la necesidad de volcar al consumo interno.

Ante la casi inexistente participación de la industria en los intercambios con el extranjero, si se desea potencializar el sector, la ruta debe concentrarse en incrementar su consumo interno, pues este podrá ser usado de forma eventual como promotor del externo. El sector enfrenta una enorme, variada y extensa competencia, al provenir de habilidades artísticas y ser consumidos principalmente como entretenimiento, por lo cual, debe fortalecerse el mismo antes de exponerse a ello.

Tabla 6: Exportaciones de las industrias creativas del Atlántico bajo criterio DANE

Sector	Valores en miles de dólares FOB					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Fabricación de juegos y juguetes	10.528,13	16.711,92	17.995,04	17.663,64	20.428,93	17.979,22
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas	42,72	8,48	1,03	2,60	2,35	0,14
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	21,36	672,61	49,18	87,56	165,00	112,48
Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	31,74	475,19	28,34	94,77	0,73	0,30
Edición de música	42,72	73,29	226,39	132,11	95,59	
Otros trabajos de edición	2,23	0,01	1,52	7,39	0,47	0,40
Actividades de fotografía			4,92	23,12	4,54	14,65
Edición de materiales grabados						28,98
Producción y distribución de filmes y videocintas	2,23					
Total general	10.671	17.941	18.306	18.011	20.698	18.136
Exp. del Atlántico	1.077.545	1.131.695	1.283.796	1.448.355	1.380.000	1.410.000
Participación de las ind. Creativas	1,0%	1,6%	1,4%	1,2%	1,5%	1,3%

Fuente: Quintero Hermanos Ltda. Elaboración Fundesarrollo

Tabla 7: Exportaciones de las industrias creativas del Atlántico bajo criterio propio

Sector	Valores en miles de USD FOB					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Edición de periódicos, revistas y publicaciones periódicas		8,48	1,03	2,60	2,35	0,14
Edición de libros, folletos, partituras y otras publicaciones	21,36	672,61	49,18	87,56	165,00	112,48
Fabricación de instrumentos musicales		0,37	0,88	0,70		
Actividades teatrales y musicales y otras actividades artísticas	31,74	475,19	28,34	94,77	0,73	0,30
Edición de música	42,72	73,29	226,39	132,11	95,59	
Otros trabajos de edición	2,23	0,01	1,52	7,39	0,47	0,40
Actividades de fotografía			4,92	23,12	4,54	14,65
Edición de materiales grabados						28,98
Producción y distribución de filmes y videocintas						
Total industrias creativas	98	1.230	312	348	269	157
Total exportaciones del Atlántico	1.077.545	1.131.695	1.283.796	1.448.355	1.380.000	1.410.000
Participación de las exportaciones de ind. Creativas	0,01%	0,11%	0,02%	0,02%	0,02%	0,01%

Fuente: Quintero Hermanos Ltda. Elaboración Fundesarrollo

4.4. Capital humano

Para fortalecer la industria creativa es necesario contar con una mano de obra competente, cuyas destrezas permitan explotar la creatividad que es transversal a cada uno de sus sectores. La mejor forma de contar

con el personal descrito es a través de la educación enfocada en el área de conocimiento de bellas artes dado que de acuerdo con el Ministerio de Educación Nacional en estudios de 2010,

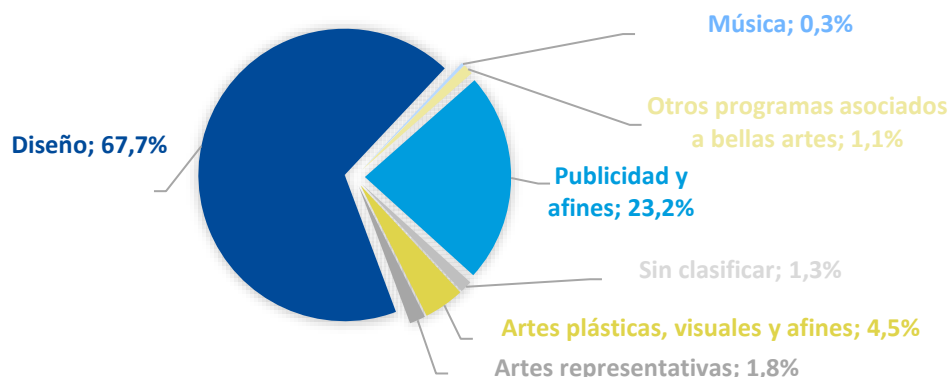
Esta área del conocimiento está orientada a la formación de un pensamiento reflexivo, crítico, sensible y complejo para la interpretación, creación, recreación y expresión artística en sus diversas manifestaciones, lo mismo que sus implicaciones culturales, sociales, estéticas, políticas y económicas. Los programas académicos que la conforman abordan entre otros la historia del arte, su apreciación y crítica, el desarrollo de la vocación y los talentos, así como los elementos teóricos, metodológicos y experienciales necesarios para crear, producir, transmitir, presentar y representar el arte.

Lo que encarna la definición de la cultura y su medio de transmisión que son las industrias creativas. Dentro de esta área de conocimiento se encuentran los núcleos de artes plásticas visuales y afines, música, artes representativas y diseño, las cuales involucran los subsectores en los que se dividió la industria.

La oferta de capital humano para estas industrias corresponde un poco más de su participación en la unidades económicas, pues en promedio representan el 2,3% de los graduados en educación superior del departamento. Dichos egresados provienen principalmente del núcleo de diseño como se observa en la Gráfica 7 cuya participación pasó del 65,5% en el 2001 al 78,4% en el 2014, de los graduados en bellas artes.

Es recalable el hecho de que a pesar de esta concentración, los graduados en el resto de núcleos han ganado participación gracias a la diversificación de la oferta que muchas Instituciones de Educación Superior (IES) han logrado en los últimos 14 años al ampliar sus programas y expandir sus horizontes. La ampliación de la oferta ha venido siendo acompañada por el crecimiento de la demanda y mientras los graduados en el Atlántico crecieron un promedio del 7% en este periodo, los de esta área específica lo hicieron a un 13,6%, casi doblando el mismo.

Gráfica 7: Participación promedio de los graduados en el Atlántico en bellas artes por núcleo básico de conocimiento



Fuente: Observatorio laboral para la educación. Elaboración Fundesarrollo

Pese a su poca participación en la actividad económica la industria cuenta con una amplia oferta de capital humano, el 20% de las IES con oferta en el Atlántico también ofrecen en esta área, existen 24 programas formales de educación en la misma y la misma cantidad de escuelas musicales departamentales lo que amplía su potencial de desarrollo. Las carreras técnicas en este sentido, podrían incrementarse para contar con mano de obra que se extienda en todos los subsectores que comprende una industria creativa.

4.5. Consumo cultural

Siendo limitadas las formas en que se puede aproximar la importancia de las industrias creativas, su factibilidad como perpetuador de crecimiento

puede explorarse desde el balance demanda/oferta. Una adecuada demanda de las industrias creativas puede ser transformada en desarrollo de ellas, siempre que la existencia de la misma sea estimulante para la diversificación y expansión de la oferta. En Colombia la asistencia a espacios culturales de acuerdo a la encuesta de consumo cultural elaborada por el DANE en el 2014 es baja, ante la los diferentes eventos y espacios ofrecidos la población de 12 años y tiende a no asistir a los mismos, e incluso al observar por regiones el patrón de consumo es igual.

En la Región Caribe compuesta en la encuesta por los departamentos de Atlántico, Bolívar, Cesar, Córdoba, La Guajira, Magdalena y Sucre, la

inasistencia a los espacios culturales es mayor que en el promedio nacional. La poca participación que manifestó la población se concentra en

carnavales, conciertos y ferias como revela la Tabla 8, las cuales más que una industria creativa, evocan una actividad recreacional.

Tabla 8: Asistencia a espacios culturales en 2014

Espacios culturales	Colombia		Región Caribe	
	Asiste	No asiste	Asiste	No asiste
Teatro, danza y ópera	21,9%	83,4%	12,4%	87,6%
Conciertos y presentaciones de música	30,0%	70,0%	32,1%	67,9%
Exposiciones, ferias y muestras de artes	13,4%	86,6%	6,6%	93,4%
Ferias y exposiciones artesanales	28,5%	71,5%	24,9%	75,1%
Ferias taurinas, coleo, corralejas	8,4%	91,6%	13,3%	86,7%
Festivales y ferias de publicaciones	8,6%	91,4%	4,8%	95,2%
Carnavales, fiestas y/o eventos nacionales	19,6%	80,4%	35,4%	64,6%
Vio títeres o escuchó cuenteros	12,1%	87,9%	6,1%	93,9%
Visitó parques, reservas naturales o zoológicos	28,5%	71,5%	21,2%	78,8%
Festivales gastronómicos	8,0%	92,0%	6,9%	93,1%
Fiestas municipales o departamentales	31,0%	69,0%	26,6%	73,4%
Fue al circo	11,9%	88,1%	12,5%	87,5%
Asistió a parques temáticos y/o de diversiones	22,2%	77,8%	12,6%	87,4%
Asistencia a cursos y/o talleres en áreas culturales	8,8%	91,2%	5,1%	94,9%
Realización de prácticas culturales	11,1%	88,9%	8,5%	91,5%
Bibliotecas	21,3%	78,7%	18,7%	81,3%
Casas de la cultura	10,8%	89,2%	8,7%	91,3%
Centros culturales	11,1%	88,9%	7,3%	92,7%
Galerías de arte y salas de exposiciones	9,2%	90,8%	4,9%	95,1%
Monumentos históricos, nacionales y centros	20,4%	79,6%	15,8%	84,2%
Museos	13,5%	86,5%	7,4%	92,6%
Libros	48,4%	51,6%	43,4%	56,6%
Revistas	52,6%	47,4%	46,9%	53,1%
Videojuegos	22,4%	77,6%	15,7%	84,3%
Videos	59,7%	40,3%	50,0%	50,0%
Cine	33,8%	66,2%	24,9%	75,1%
Cine colombiano	34,6%	65,4%	22,6%	77,4%
Uso de Internet	60,6%	39,4%	55,6%	44,4%
Personas encuestadas	29.044.596		5.832.528	

Fuente: Encuesta de consumo cultural – DANE. Elaboración Fundesarrollo

Al observar el Atlántico como territorio único podría decirse que la oferta cultural es representativa de los ocho subsectores mencionados, pero la demanda de los servicios y actividades culturales no. Barranquilla

concentra cerca del 70% de la población departamental y junto a ella la mayoría de la demanda potencial, pero la preferencia reportada de participación en estos espacios al

igual que en la región se encuentra concentrada.

Si se limita el enfoque a actividades culturales el Carnaval de la ciudad (cuyo análisis requiere un capítulo aparte) es sin lugar a dudas la actividad preferida de los Barranquilleros, seguida por las visitas

al parque cultural y el zoológico, pero al observar la popularidad en general, las visitas a playa, cine y centros comerciales son preferidas por encima de estas, desvelando una demanda que propende más por el comercio que por la conservación de la cultura como revela la Tabla 9.

Tabla 9: Preferencias por actividades en Barranquilla
¿En cuáles de estas actividades participó usted en el último año en Barranquilla?

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Promedio
Conciertos	13%	8%	8%	11%	8%	9%	13%	13%	10%
Conferencias/tertulias	10%	11%	10%	13%	7%	9%	8%	9%	10%
Teatros	4%	3%	5%	4%	4%	5%	NA	7%	5%
Visitar Museos/ Galerías / Monumentos	2%	7%	7%	10%	9%	12%	16%	7%	9%
Leer periódicos/revistas	NA	NA	NA	NA	NA	NA	43%	30%	37%
Leer libros	NA	NA	NA	NA	NA	NA	17%	13%	15%
Carnaval	52%	47%	40%	47%	49%	34%	50%	46%	46%
Parque cultural del caribe	NA	NA	NA	20%	NA	NA	NA	NA	20%
Visitas el zoo	NA	NA	NA	NA	18%	21%	20%	13%	18%
Ferias /festivales / Festividades populares	21%	27%	18%	22%	8%	7%	8%	10%	15%
Actividades deportivas como espectador (sin incluir por televisión)	17%	12%	16%	18%	NA	NA	16%	14%	16%
Ir a parques	35%	28%	37%	41%	32%	37%	36%	40%	36%
Futbol	NA	NA	NA	NA	NA	22%	NA	NA	22%
Practicar algún deporte / actividad física (sin incluir ciclovía)	10%	10%	14%	15%	27%	NA	18%	17%	16%
Ciclovía	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	10%	10%
Ir a restaurantes	34%	32%	31%	40%	NA	NA	37%	39%	36%
Baila / sale a bailar	25%	33%	25%	31%	NA	NA	29%	27%	28%
Cine	18%	13%	19%	22%	20%	22%	25%	25%	21%
Ir a la playa	53%	49%	42%	48%	49%	46%	54%	50%	49%
Visitar centros comerciales	NA	NA	43%	42%	NA	NA	47%	49%	45%
Eventos organizados por la alcaldía	NA	NA	NA	7%	5%	6%	8%	8%	7%
Ninguno	12%	18%	13%	12%	17%	21%	12%	12%	15%
Personas encuestadas	1.205	1.200	1.200	1.211	1.209	1.221	1.212	1.233	1.211

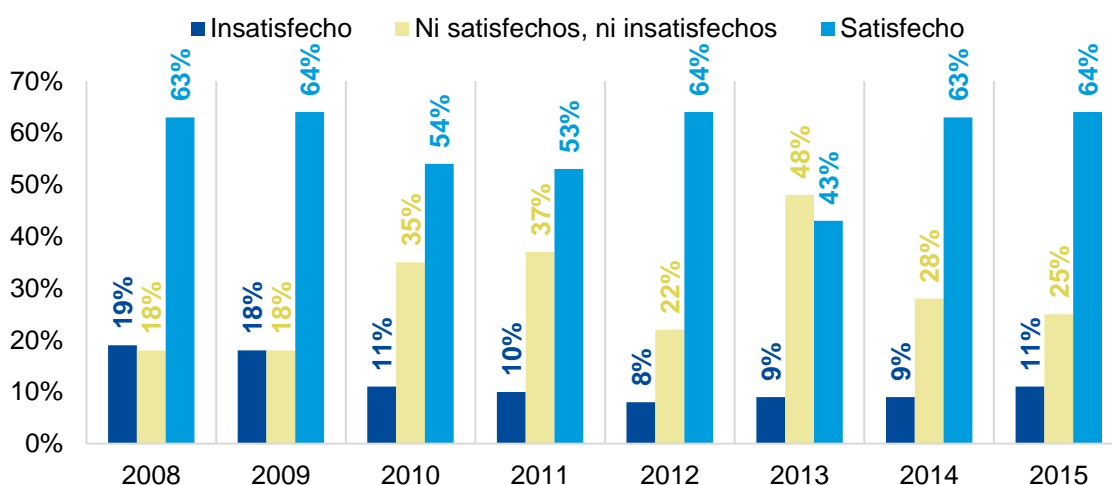
Fuente: Barranquilla Como Vamos. Elaboración y modificaciones por Fundesarrollo

En cuanto a la satisfacción frente a la oferta cultural que enfrentan, los Barranquilleros se encuentran mucho más satisfechos que otras capitales de la región o el país, que cuentan con actividades más diversas y abarcan un mayor sector de la demanda. Al estar satisfecho con el limitado espectro de eventos culturales como se observa en la Gráfica 8, podría pensarse que una oferta más extensa podría incrementar la participación de la ciudadanía en los mismos y

desconcentrar su preferencia, pues en algunos casos el desconocimiento de los eventos suele ser la razón de la inasistencia.

Siendo que el departamento cuenta con diversas ferias y eventos por fuera de sus municipios algunos incluso de carácter internacional como el festival de artes de Suan, cuya participación puede incrementarse solo con la adecuada promoción y divulgación de los eventos.

Gráfica 8: ¿Qué tan satisfecho está usted en general con la oferta cultural de Barranquilla?



Fuente: Barranquilla Como Vamos. Elaboración y modificaciones por Fundesarrollo

4.6. Sector público

Dar a conocer la oferta del sector y su potencial requiere apoyo del ente administrador del territorio, pues como ente de servicio público la forma en

que se integra con la industria puede convertirse en una ventaja o desventaja para la potencialización de la misma. Al respecto, debe recordarse que el sector cultural es una de las ramas esenciales a las que

el sector público tanto nacional, departamental y municipal deben dedicar recursos para su mejora y mantenimiento.

De la totalidad de recursos que el Gobierno Nacional ofrece al Atlántico menos del 0,5% de estos entre 2010 y 2015 se destinaron a cultura, pese a ello en los últimos dos años de este periodo su crecimiento fue excepcional, logrando pasar del 0,1% al 0,3% dentro de los recursos nacionales al departamento. Por su parte, los recursos que el departamento invierte dentro del sector representan en promedio el 1,3% de su inversión finalmente ejecutada y, al igual que los nacionales han crecido en los últimos dos años pasando el 0,9% al 1,3% de los recursos departamentales.

Además de ser reducidos la cantidad de recursos monetarios que recibe el sector, la designación para el uso de los mismos es poco variable o flexible. Los recursos se comprometen totalmente en el mantenimiento de infraestructuras públicas mínimas como bibliotecas, templos, edificios históricos y archivos, algunos

espacios de fomento de lectura y arte, el apoyo a bandas distritales y los estímulos del Carnaval de Barranquilla. Así, las estrategias de fortalecimiento de las industrias creativas son limitadas, pues al ser poca la variabilidad tanto en destino como en aumento de los recursos públicos, dependen de la rentabilidad que pueda producir estas unidades económicas.

En secciones anteriores se observaba que las empresas de este sector trabajan en un margen de supervivencia, una forma alternativa que las administraciones públicas podrían brindar apoyo, yace en la reducción de su carga fiscal, a fin de incrementar el margen de utilidad con el que pueden trabajar para crecer. Pese a ello, la carga tributaria a este sector en Barranquilla es mayor a la de los principales sectores industriales como se observa en la Tabla 10 e incluso supera la de ciudades como Medellín al usar el criterio DANE. De manera que, el sector público debe realizar esfuerzos importantes, si se decide apostar a las industrias creativas como perpetuador de crecimiento.

Tabla 10: Tarifa promedio del impuesto de Industria y Comercio por sector industrial

Actividad económica	Barranquilla		Tarifa vigente en Bogotá durante el 2016	Tarifa vigente en Medellín durante el 2016
	Tarifa 2015	Tarifa vigente en el 2016		
Promedio Alimentos	4,6	5,8	5,2	4,0
Promedio Confecciones	6,9	7,6	7,6	3,0
Promedio Transporte	5,7	7,2	4,1	6,0
Promedio Educación	2,0	2,5	8,3	2,6
Promedio Industrias creativas según DANE	7,01	7,41	8,74	6,43
Promedio Industrias criterio propio	8,53	8,80	9,36	8,63

Fuente: Alcaldías de Barranquilla, Bogotá y Medellín. Elaboración y Cálculos Fundesarrollo

5. Retos de las industrias creativas

Cuantificar los impactos de la cultura por medio de su mecanismo de transmisión principal constituido en las industrias creativas resulta ser un proceso complejo y posiblemente sesgado ante la poca disponibilidad de información al respecto en el Atlántico. Pese a ello al observar las características del sector puede decirse que aun cuando su peso aproximado en la producción sea del 4%, la poca industrialización de las mismas, inexistentes niveles de comercio internacional y la baja demanda por los mismos dentro del territorio, hace que sea necesario

fortalecer el mismo antes de poder ser considerado como eje perpetuador del crecimiento.

Considerando la caracterización del sector como un todo podrían enmarcarse las ventajas y desventajas del mismo, de la siguiente forma:

Desventajas

- ↓ Reducida demanda para sus productos
- ↓ Peso casi nulo en el aparato industrial y externo de la economía departamental

- ⇓ Poco apoyo por parte del sector público
- ⇓ Preferencias por actividades recreativas y no culturales por parte de su demanda.
- ⇓ Elevada tasas de impuestos

Ventajas

- ↑ Capital humano disponible y capacitado para las actividades de la industria y potencial de crecimiento del mismo.
- ↑ Satisfacción con la demanda existente.
- ↑ Crecimiento dentro de las unidades económicas del departamento.

El sector aún dista de estar en una situación que pueda ser considerado

como eje perpetuador de crecimiento, pero con el adecuado esfuerzo o bien una interconexión adecuada con un sector similar y apalancado en la estructura productiva como el de confecciones y accesorios, se puede pensar en esta a un nivel de acción macroeconómico. Por el momento, es necesario fortalecer la industria desde el ámbito de participación bien sea por estrategias de promoción de consumo local, amnistías o exenciones en su carga fiscal, campañas que velen por enfocar el consumo más en el aspecto cultural que social o la reestructuración de lo que compone la industria.

A. Confecciones y accesorios

Dentro de las industrias creativas del departamento del Atlántico existe un sector que ante la naturaleza de su dinamismo comercial e industrial, no se incluye dentro de las actividades seleccionadas en los criterios a pesar de involucrar habilidades y talentos relacionadas pues a diferencia del resto de las actividades, el sector de confecciones y accesorios ya hace

parte de las fuentes de riqueza del departamento. A fin de incluir un análisis completo de la industria se incluye este capítulo de análisis del sector, su producción, unidades empresariales, comercio exterior y potencial de expansión, para ello se definió el segmento de confecciones y accesorios a partir de las actividades enlistadas en la Tabla 10.

Tabla 11: Actividades sector confecciones y accesorios

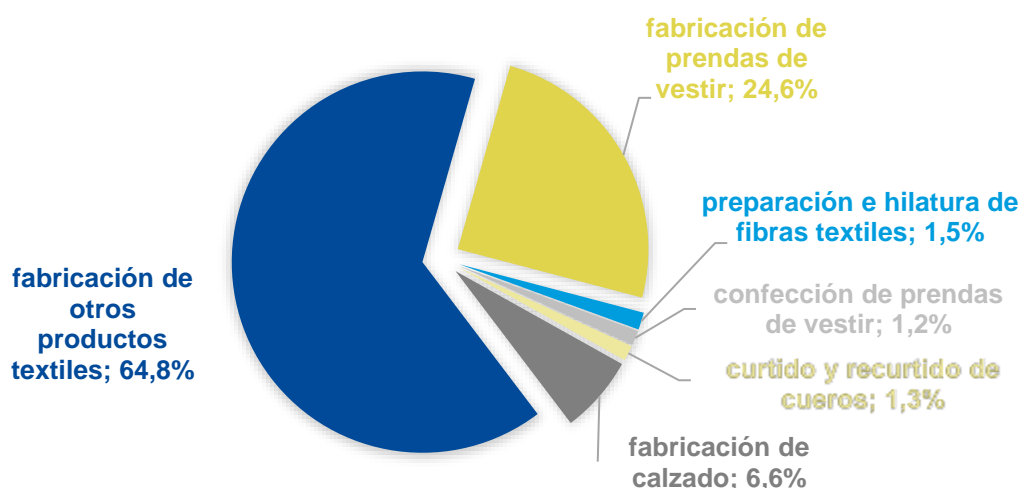
CIU	Descripción
1311	Preparación e hilatura de fibras textiles
1312	Tejeduría de productos textiles
1313	Acabado de productos textiles
1391	Fabricación de tejidos de punto y ganchillo
1392	Confección de artículos con materiales textiles, excepto prendas de vestir
1399	Fabricación de otros artículos textiles n.c.p.
1410	Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel
1420	Fabricación de artículos de piel
1430	Fabricación de artículos de punto y ganchillo
1511	Curtido y recurtido de cueros; recurtido y teñido de pieles
1512	Fabricación de artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares elaborados en cuero, y fabricación de artículos de talabartería y guarnicionería
1513	Fabricación de artículos de viaje, bolsos de mano y artículos similares; artículos de talabartería y guarnicionería elaborados en otros materiales
1521	Fabricación de calzado de cuero y piel, con cualquier tipo de suela
1522	Fabricación de otros tipos de calzado, excepto calzado de cuero y piel
1523	Fabricación de partes del calzado
2652	Fabricación de relojes
3210	Fabricación de joyas, bisutería y artículos conexos
4641	Comercio al por mayor de productos textiles, productos confeccionados para uso doméstico
4642	Comercio al por mayor de prendas de vestir
4643	Comercio al por mayor de calzado
4751	Comercio al por menor de productos textiles en establecimientos especializados
4771	Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados
4772	Comercio al por menor de todo tipo de calzado y artículos de cuero y sucedáneos del cuero en establecimientos especializados

Fuente: CIU rev 3 A.C., selección por Fundesarrollo.

En el 2015 el sector de confecciones represento el 5,6% de los empleos de Barranquilla y su área urbana, revelando su importancia dentro de la economía departamental. Esta misma importancia se observa dentro de la industria departamental pues entre 2000 y 2014 las actividades de confecciones dentro de la producción bruta departamental representaron en

promedio el 3,3% del total creciendo al 7,5%, el 13% del personal industrial ocupado y su valor agregado promedio creció al 6,5% en el periodo. Es necesario apuntar que la dinámica industrial del segmento se concentra en dos actividades claves como se observa en la Gráfica 9, la fabricación de otros productos textiles y de prendas de vestir.

Gráfica 9: Participación promedio en la producción bruta por sector en la industria de confecciones y accesorios

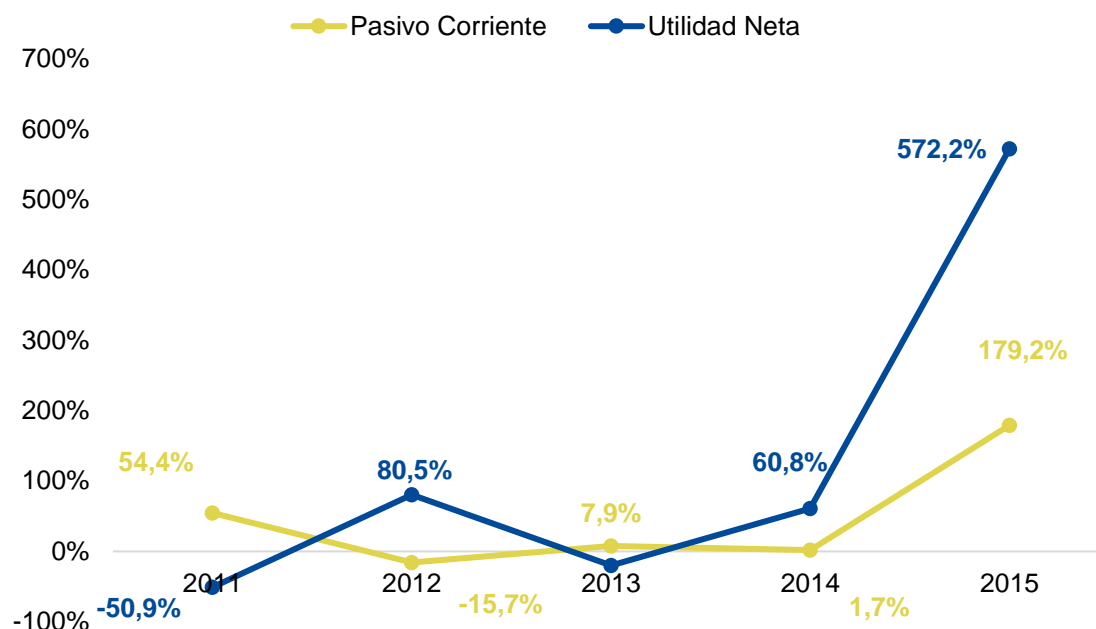


Fuente: EAM - DANE. Elaboración Fundesarrollo

Sin embargo esta concentración no se mantiene al nivel de sus unidades productivas, pues a nivel empresarial el aporte medio del comercio de los productos del sector son menores que el de las confecciones. Pero, de forma similar al aporte de la producción industrial las empresas del segmento

representan el 3,8% del empresariado total del Atlántico, y aunque el 73% son microempresas, este porcentaje es menor que el promedio empresarial demostrando una red de unidades menos sujetas a coyunturas y más arraigadas en la estructura productiva.

Gráfica 10: Tasa de crecimiento de la Utilidad neta vs. Pasivos corrientes del sector de confecciones y accesorios



Fuente: Registro Mercantil, Cámara de Comercio de Barranquilla. Elaboración Fundesarrollo

La menor afectación de las empresas por factores coyunturales proviene de unos mayores márgenes de utilidad, que a diferencia del resto de sectores en la industria cultural no son de subsistencia, sino más bien superavitarios como se observa en la Gráfica 10, y cuentan con una carga fiscal menor que la de las industrias creativas como evidenciaba la Tabla 9. Su fortaleza de composición y su aporte a la industria hacen de las confecciones y accesorios un producto ideal para comercio exterior, al contar con la capacidad para

enfrentar los riesgos que entrar a un mercado extranjero implica.

Entre 2010 y 2015 el sector acaparaba el 5,5% de las exportaciones, siendo el sector de confección de artículos con materiales textiles no producidos en la misma unidad, exceptuando prendas de vestir el responsable del 71% de las exportaciones. Pero, su participación ha venido mermando, pasando de 9% al principio del periodo al 3,6% en el último año. Ello puede explicarse por factores de diversificación del comercio, reducción

del mercado luego de la crisis y concentraciones en ventas locales.

Las confecciones y los accesorios como extensión de las industrias creativas del Atlántico, hacen parte ya del eje perpetuador de crecimiento del departamento. Son diversos los esfuerzos que han hecho que el sector se mantenga en esta posición dentro de la estructura productiva, y entre ellos se puede mencionar los eventos de:

- ⇒ Plataforma K: Se lleva a cabo desde el 2004 en el mes de marzo en Barranquilla y es considerada la principal plataforma de lanzamiento de diseñadores y empresas del sector, el cual es organizado por la Cámara de Comercio de Barranquilla.
- ⇒ Barranquilla Fashion Week: Llevado a cabo desde 2013 se realiza finales de Noviembre en Barranquilla y es considerado el encuentro de música, moda, salud y belleza más grande de la costa colombiana, organizado por la alianza entre GPS The Marketing Machine, Sony Music Entertainment y Casting Models.
- ⇒ Expobelleza: Llevado a cabo desde 2013 se realiza en el mes de junio en Barranquilla y es considerado como el único evento que integra en un solo escenario: moda, salud, belleza y bienestar dentro de la región, es organizado por Fenalco, la Alcaldía de Barranquilla y la Gobernación del Atlántico.
- ⇒ Feria Expomoda: Llevada a cabo desde 2015 se realiza en el mes de septiembre en Baranoa para impulsar la industria textil del municipio, es organizado por la Gobernación del Atlántico y la fundación Tejido de la Trenza Baranoera Trenzada.
- ⇒ Etnias International Fashion Week: Su primera edición fue este año en Barranquilla y es considerado un evento de moda para exaltar la moda colombiana elaborada con elementos que hacen parte de la herencia cultural del país, es organizado por la Fundación Black Diamond, la Gobernación

del Atlántico, la Alcaldía de Barranquilla y el Comité Mixto.

El sector de la confección puede entonces ser utilizado para impulsar el resto de la industria creativa, a través de la conexión de los eslabones que componen su cadena productiva, con el esfuerzo de impulso del mismo. La

interconexión del sector con el resto de la industria puede mejorar el potencial de la misma, y traerla a una situación en la que pueda ser utilizada para perpetuar la dinámica departamental, contando este con apoyo y peso dentro de la economía.

B. Capítulo Carnaval

B.1 Antecedentes

Las fiestas de Carnaval y su filosofía llegaron a América con los españoles en el equipaje cultural que trajeron en la Colonia y sirvió a las otras dos matrices culturales que convergieron en estos territorios –la indígena y la negra-, haciendo del Carnaval una mezcla, un conjunto de colores, sonidos, ritmos, tradiciones y creatividad popular, que expresan la mixtura étnica de quienes lo forman.

Los Carnavales se instalaron primero en los centros coloniales, Santa Marta, Cartagena y Mompox, y luego fueron extendiéndose a zonas aledañas. El de Barranquilla tiene antecedentes próximos en la celebración que se efectuaba en Cartagena de Indias, en época de la Colonia, como fiesta de esclavos; en esas fechas aparecían por las calles los negros con instrumentos típicos y atuendos especiales, danzando y cantando.

La tradicional novena de La Candelaria, en Cartagena de Indias, sirvió de marco a suntuosos bailes que

en el Siglo XVIII concedían permiso a los negros esclavos para sus fiestas, constituyéndose en fuente de las diferentes modalidades de danzas y grupos populares del Carnaval de Barranquilla.

Históricamente no se tienen datos precisos acerca de la fecha inicial del primer Carnaval celebrado en Barranquilla, se sabe que fue hace más de un siglo cuando la ciudad era sólo un pequeño poblado. Su tradición es tan remota como los primeros asentamientos humanos en la región Caribe colombiana; sin embargo, a continuación se presentan algunos datos históricos relacionados con el Carnaval de Barranquilla:

1. 1888: Surgió una figura denominada Rey Momo (símbolo de la máscara).
2. 1899: Se creó el cargo de Presidente del Carnaval y una Junta organizadora.
3. 1903: Se organizó la primera Batalla de Flores por una

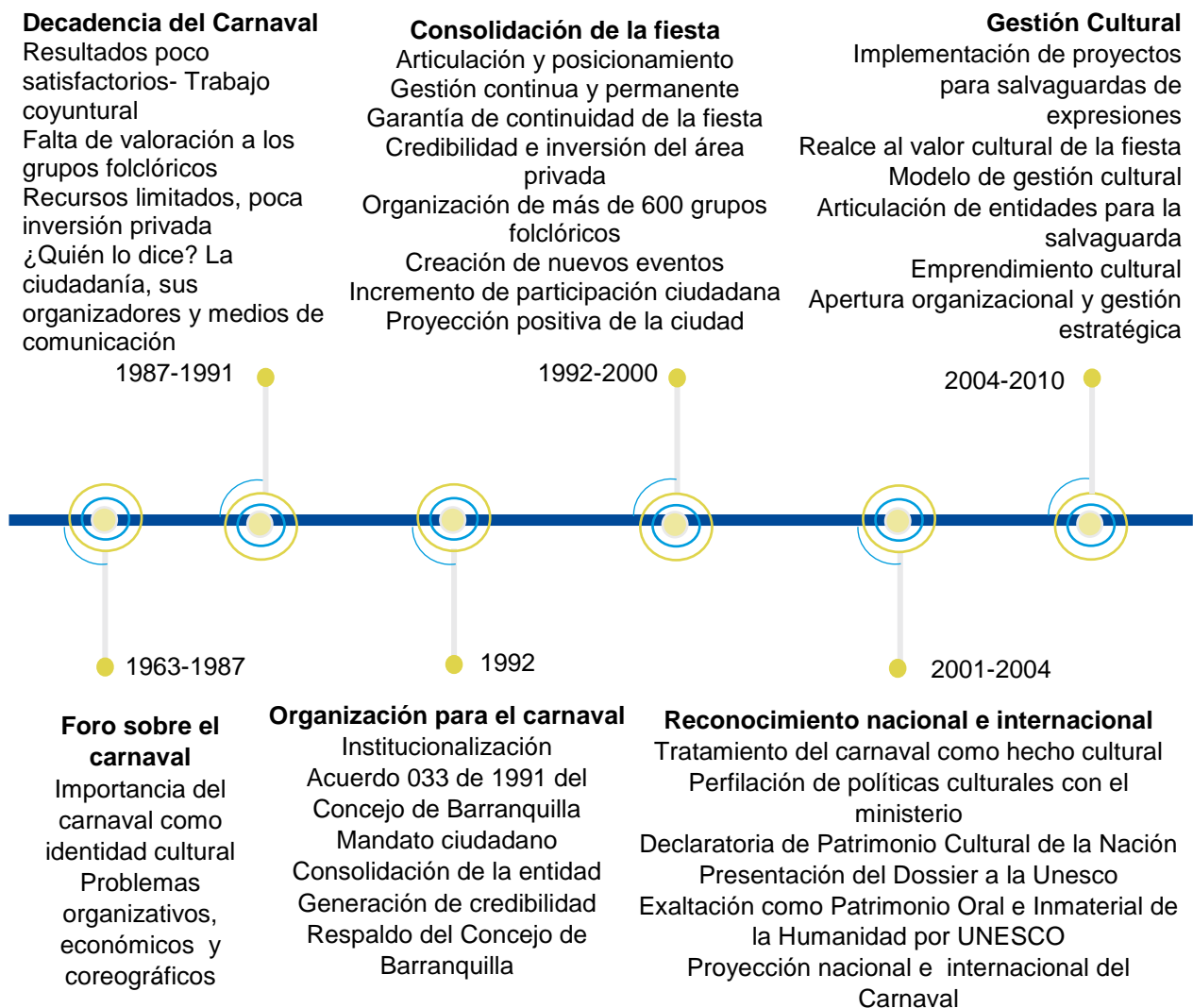
- propuesta del señor Heriberto Vengoechea de recuperar una tradición carnavalesca de años anteriores. En el 2003 este evento cumplió cien años. Fue multitudinaria y colorida y sobrepasó todas las expectativas.
4. 1918: Se eligió por primera vez una reina para presidir las festividades del Carnaval. Fue elegida Alicia Lafaurie Roncallo.
 5. 1923: Se institucionaliza a partir de este año la era de los reinados, suspendida durante cinco años. Es nombrada la damita Toña Vengoechea Vives.
 6. 1967: Se introduce un evento al Carnaval, la "Gran parada", que se lleva a cabo el segundo día de Carnaval (domingo).
 7. 1974: Por iniciativa de Esther Forero (proclamada la novia de Barranquilla) se realiza la primera noche de Guacherna, evento que rescató una tradición perdida: cumbiambas y tambores que en la noche alegraban los barrios de la ciudad.
 8. 1996: Desfile Calle 84.
 9. 1997: Desfile Rey Momo.
 10. 2001: Desfile Lunes de Carnaval y Carrera 44.
 11. 2002: Se declara el Carnaval de Barranquilla Patrimonio Cultural de la Nación.
 12. 2003: El 7 de noviembre el Carnaval de Barranquilla fue proclamado como *Obra Maestra del Patrimonio Oral e Intangible de la Humanidad* por parte de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura –UNESCO–.
- Este reconocimiento ha sido la primera y más notable distinción otorgada a una manifestación cultural colombiana, colocando al Carnaval de Barranquilla como un extraordinario ejemplo de tradición oral y forma de expresión cultural. La distinción es para todo el Carnaval y pretende destacar formas de expresiones populares y tradicionales: danzas, música y bailes, comparsas, rituales y mitología, conocimiento y costumbres,

habilidades tradicionales (artesanías), espacios culturales, cumbiambas, disfraces, creatividad y, ante todo, su sentimiento.

Cabe anotar que el reconocimiento de la UNESCO a la gran fiesta del Caribe colombiano, ayuda a salvaguardarla

en momentos en que hay una tendencia a la homogenización en el mundo globalizado en la que los Carnavales terminan por ser idénticos y sin raíces y son convertidos solamente en imágenes para postales y en un espectáculo para la industria del entretenimiento.

Ilustración 1: Antecedentes del Carnaval



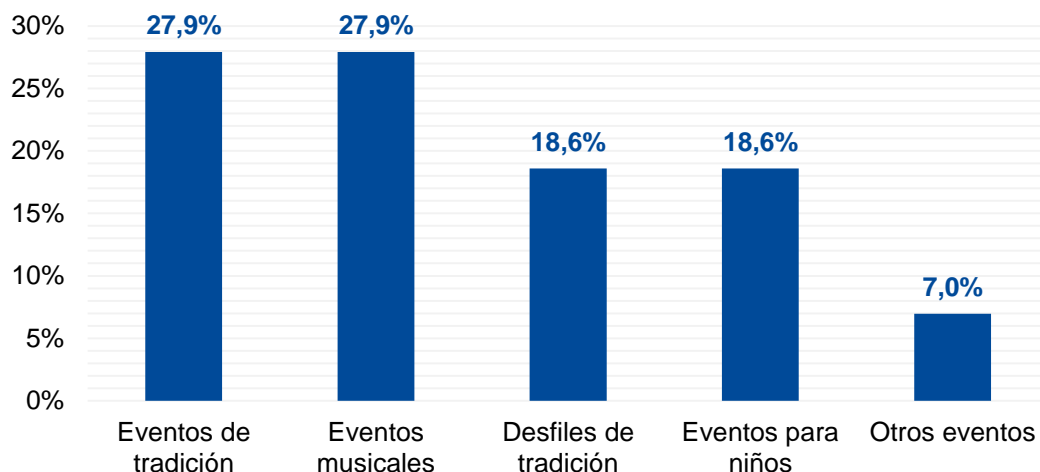
Fuente: Carnaval de Barranquilla S.A.

B.2 Eventos

El Carnaval de Barranquilla es la puesta en escena de diversas manifestaciones culturales del Caribe colombiano, el país y el mundo que propios y extraños disfrutan al máximo. La inagotable creatividad personal y colectiva, el colorido, majestuosidad y talento que se observa y vive en estas festividades, la han llevado a convertirse en una de las más ricas y auténticas expresiones culturales de nuestro país y símbolo por excelencia de Barranquilla. Los distintos eventos del Carnaval (alrededor de 50 grandes eventos) se constituyen en el espacio para que la comunidad se organice alrededor del goce y se fortalezca el encuentro o la permanencia de las tradiciones y manifestaciones culturales de la región Caribe colombiana.

Año tras año en cada Carnaval se intenta siempre mejorar la majestuosidad, belleza y orden de sus distintos eventos, empezando por el acto oficial del Lanzamiento del Carnaval, seguido por la Lectura del Bando y otros coloridos desfiles y eventos en la temporada de Precarnaval y Carnaval (4 días), dentro de los cuales se destaca la llamada Guacherna, para más tarde iniciar los cuatro días de Carnaval con el más antiguo y representativo de los desfiles, como es la Batalla de Flores con sus carrozas, cumbias, comparsas, disfraces y danzas, entre otros, y que en el 2003 cumplió cien años. Cabe decir que los días sábado, domingo, lunes y martes se constituyen en el punto más alto de una fiesta que va aumentando en velocidad y entusiasmo hasta llegar a su alegría total.

Gráfica 11: Distribución de los eventos del Carnaval de Barranquilla según categoría



Fuente: Fundación Carnaval de Barranquilla S.A. Elaboración Fundesarrollo

De los principales eventos del Precarnaval el de mayor asistencia de público es La Guacherna, con un aforo de 200.000 personas aproximadamente, seguida por el

Desfile del carnaval de los niños con 100.000 personas asistentes; cabe decir que el 50% de los eventos del Precarnaval se desarrollan en espacios abiertos.

Tabla 12: Principales eventos del Precarnaval de Barranquilla

Nombre del Evento	Tipo de Escenario	Número de Asistentes
Lectura del Bando	Abierto	12.000
semilleros del Carnaval	Cerrado	5.000
carnaval, su música y sus raíces	Abierto	5.000
Viernes de reina y orquestas	Abierto	3.000
Fiestas de comparsas	Cerrado	8.000
Fiestas de danzas y cumbias	Cerrado	8.000
La Guacherna	Abierto	200.000
Gran noche de coronación, reyes infantiles, reina de reinas y rey momo	Cerrado	13.000
Desfile del carnaval de los niños	Abierto	100.000
Coronación reina del carnaval	Cerrado	12.000

Fuente: Carnaval de Barranquilla S.A. Elaboración Fundesarrollo

En los 4 días de Carnaval propiamente dicho, el evento de mayor significancia por su colorido, público asistente y majestuosidad, es la Batalla de Flores, el cual congrega a 800.000 personas aproximadamente, seguido por la Gran Parada de Tradición con

400.000 personas. Cabe resaltar que el 90% de los eventos del Carnaval que se adelantan en los cuatro días, se ofrecen en espacios abiertos y de manera gratuita, evidenciando el alto grado de popularidad de estas festividades.

Tabla 13: Principales eventos del carnaval de Barranquilla

Nombre del Evento	Tipo de Escenario	Número de Asistentes
Batalla de Flores	Abierto	800.000
Desfile del Rey Momo	Abierto	100.000
Gran parada de tradición	Abierto	400.000
Gran parada de comparsas	Abierto	250.000
Festival de orquestas	Cerrado	10.000
Festival de tradición, danzas de relación y especiales y encuentro de letanías	Abierto	3.000
Joselito se va con las cenizas	Abierto	3.000
Festival de comedias	Abierto	1.500

Fuente: Carnaval de Barranquilla S.A. Elaboración Fundesarrollo

El Carnaval de Barranquilla es una fiesta que se desborda en la calle y se

vive en toda la ciudad y en la cual el 100% de los barrios participa.

Ilustración B-2: Eventos en la ciudad



Fuente: Carnaval de Barranquilla S.A.

B.3 Actores del Carnaval

El Carnaval de Barranquilla cuenta con más de 750 actores para su realización, entre los cuales se encuentran danzas tradicionales, danzas especiales, cumbias, disfraces, letanías, comparsas, comedias, entre otros, y en los cuales participa una cifra cercana a las

29.000 personas. Dentro del total de actores se destacan los disfraces con una participación del 41%, seguidos por los grupos de adultos y juveniles con el 38%, grupos infantiles el 17%, líderes de la tradición con el 2.5% y adulto mayor 1.5%.

Tabla 14: Número de disfraces participantes en el Carnaval de Barranquilla

Disfraces según categoría				
Disfraces	Disfraces Adultos	Individual	162	308
	Disfraces Adultos	Colectivos	135	
	Disfraces Infantiles	Individual	9	
	Disfraces Juveniles	Individual	2	

Fuente. Carnaval de Barranquilla S.A. Elaboración Fundesarrollo

Tabla 15: Número de grupos adultos y juveniles participantes en el Carnaval de Barranquilla

Grupos adultos y juveniles según categoría				
Grupos Adultos y Juveniles	Danzas Tradicionales	Cumbia	40	285
		Congos	18	
		Garabatos	14	
		Mapalé	20	
		Son de negro	7	
		Danzas de Relación	23	
		Danzas Especiales	30	
	Comparsas	Comparsa de Fantasía	62	
		Comparsa de Tradición Popular	39	
	Comedias	Contemporánea	10	
		Popular de Carnaval	4	
		Letanías	18	

Fuente: Carnaval de Barranquilla S.A. Elaboración Fundesarrollo

Tabla 16: Número de grupos infantiles participantes en el Carnaval de Barranquilla

Grupos infantiles según categoría				
Grupos Infantiles	Danzas Tradicional	Cumbia	21	125
		Congos	8	
		Garabatos	8	
		Mapalé	16	
		Son de negro	3	
		Danza Especiales	6	
		Danzas de Relación	1	
	Comparsas	Comparsa de Fantasía	42	
		Comparsa de Tradición Popular	15	
		Letanías	4	
		Comedias	1	

Fuente: Carnaval de Barranquilla S.A. Elaboración Fundesarrollo

Tabla 17: Número de grupos líderes de la tradición participantes en el Carnaval de Barranquilla

Líderes de la tradición según categoría			
Líderes de la Tradición	Cumbia	3	19
	Congo	6	
	Danzas de Relación	3	
	Danzas Especiales	1	
	Letanías	1	
	Disfraces	5	

Fuente: Carnaval de Barranquilla S.A. Elaboración Fundesarrollo

Por otra parte, de los actores del Carnaval, se referencia como el más antiguo el Congo Grande de Barranquilla, fundado en el año 1875 y clasificado en la modalidad de danza

tradicional, seguido por el Torito Ribeño (1878), Danza Congo Grande de Galapa (1885), las Farotas de Talaigua (1887) y Goleros de Sabanalarga (1919).

Tabla 18: Los 20 actores más antiguos del carnaval

Año de Fundación	NOMBRE DEL GRUPO O DISFRAZ	Municipio	Clasificación
1875	CONGO GRANDE DE BARRANQUILLA	Barranquilla	Danzas Tradicionales
1878	EL TORITO RIBEÑO	Barranquilla	Danzas Tradicionales
1885	DANZA CONGO GRANDE DE GALAPA	Galapa	Danzas Tradicionales
1887	LAS FAROTAS DE TALAIGUA	Barranquilla	Danzas Especiales
1919	GOLEROS DE SABANALARGA	Sabanalarga	Danzas de Relación
1930	ANIMAS ROJAS DE REBOLO	Barranquilla	Letanías
1930	EL IMPERIO DE LAS AVES	Soledad	Danzas de Relación
1930	DIABLOS ARLEQUINES DE SABANALARGA	Sabanalarga	Danzas Especiales
1930	DANZA LOS CABEZONES	Barranquilla	Disfraz
1932	DANZA EL PERRO NEGRO	Barranquilla	Danzas Tradicionales
1935	INDIOS E INDIAS DE TRENZA CHIMILA	Barranquilla	Danzas Especiales
1936	DANZA PALOTEO MIXTO	Soledad	Danzas de Relación
1942	DISFRACES ENRIQUE SALCEDO	Soledad	Disfraz
1947	CUMBIAMBA LA ARENOSA	Barranquilla	Cumbia
1948	CUMBIAMBA EL CAÑONAZO	Barranquilla	Cumbia
1950	DANZA PALOTEO DE BARRANQUILLA	Barranquilla	Danzas de Relación
1950	LAS GIGANTONAS	Barranquilla	Disfraz
1952	LOS LENGUAMOCHA DE MONTECRISTO	Barranquilla	Letanías
1954	LOS DESCABEZADOS	Malambo	Disfraz
1956	CUMBIAMBA LA REVOLTOSA	Barranquilla	Cumbia

Fuente: Carnaval de Barranquilla S.A. Elaboración Fundesarrollo

B.4 Aspectos Económicos

B.4.1 Recursos monetarios movilizados

El Carnaval de Barranquilla representa la oportunidad para que los empresarios (micros hasta grandes) y personas naturales, aprovechen la excelente alternativa de negocios que ofrece el evento a través de la elaboración y comercialización de una variedad de productos y servicios.

Además del ambiente festivo al que invita el Carnaval de Barranquilla, este también alcanza una importancia para la economía de la ciudad. En efecto, según la Cámara de Comercio de Barranquilla, para el 2016 las festividades carnestolendas, durante los 4 días de Carnaval, movilizaron recursos monetarios por valor de \$52.000 mil millones, los cuales han venido aumentando año tras año, representando en promedio anual alrededor del 0.2% del PIB del Departamento del Atlántico.

B.4.2 Ocupación e informalidad laboral

De acuerdo con estudios adelantados por la Fundación para el Desarrollo del Caribe –Fundesarrollo–, durante el Precarnaval y el Carnaval, Barranquilla y su Área Metropolitana, experimenta una dinámica económica atípica, donde se presentan mayores niveles de ocupación y menores niveles de desempleo que durante otros meses del año; sin embargo, no se puede atribuir a las festividades las mejoras en los niveles de desocupación, especialmente porque no se sigue una tendencia a lo largo de los años.

Así mismo, podría pensarse que el Carnaval aumenta el trabajo informal, no obstante, lo que sugieren los datos es un fenómeno de desplazamiento de los informales de la ciudad y zonas aledañas a los eventos del Carnaval, generando una concentración en determinados puntos sin que se presente una creación exagerada de nuevas ocupaciones. También ocurre que personas ocupadas en otras actividades el resto del año, aprovechan las carnestolendas para

obtener ingresos extras. Según la Fundación, una razón que podría explicar por qué el Carnaval no tiene un impacto en los datos de empleo es por ser un evento transitorio, que se concentra en periodos cortos de tiempo, por lo que resulta complejo registrar su verdadero impacto.

B.4.3 Turismo

De acuerdo con la UNESCO, el turismo cultural es un medio potencial para generar ingresos de exportación, por los empleos que crea y porque promueve la diversificación económica. Es una industria intensiva en trabajo y es menos vulnerable que los sectores tradicionales, con lo cual tiene un efecto catalizador sobre el resto de la economía. Particularmente, hay beneficios a largo plazo que no se reconocen comúnmente, como el impacto en la atracción de negocios.

En el Precarnaval y Carnaval de Barranquilla, si bien los negocios y empresas no se cierran durante los días de fiestas, éstos se constituyen en el espacio para que los foráneos conozcan la ciudad y su entorno en materia de infraestructura, educación,

salud, zonas verdes, vivienda y servicios públicos, entre otros; las festividades permiten invitar a inversionistas potenciales -nacionales y extranjeros- que tienen programado, además de una agenda cultural, ubicarse y adelantar proyectos de inversión en Barranquilla. Por ejemplo, según Probarranquilla, entidad promotora de inversión en la ciudad, en el año 2015 cerca de 41 empresas visitaron Barranquilla con intención de negocios, pertenecientes a los sectores metalmecánica, químicos, alimentos-bebidas y servicios compartidos; 14 llegaron durante los primeros tres meses del año, fechas de las carnestolendas.

Sin lugar a duda, el Carnaval se constituye en uno de los eslabones más importantes de la cadena de valor de las industrias creativas y culturales de la ciudad y del país, por ser un gran detonador de inversiones en áreas productivas relacionadas con los sectores de servicios, transporte, comunicaciones y actividades conexas, por ejemplo. Sin embargo, a pesar de los beneficios a largo plazo que las fiestas podrían generar para la ciudad, todavía no hay una estrategia

especializada que se enfoque en obtener el mayor provecho de estas oportunidades de negocios que se pueden presentar durante estas fechas. La dinámica económica que las carnestolendas propician en la ciudad podría ser mejor aprovechada en la medida que los sectores público y privado trabajen juntos para dinamizar las industrias creativas y culturales.

B.4.4 Movimiento de pasajeros

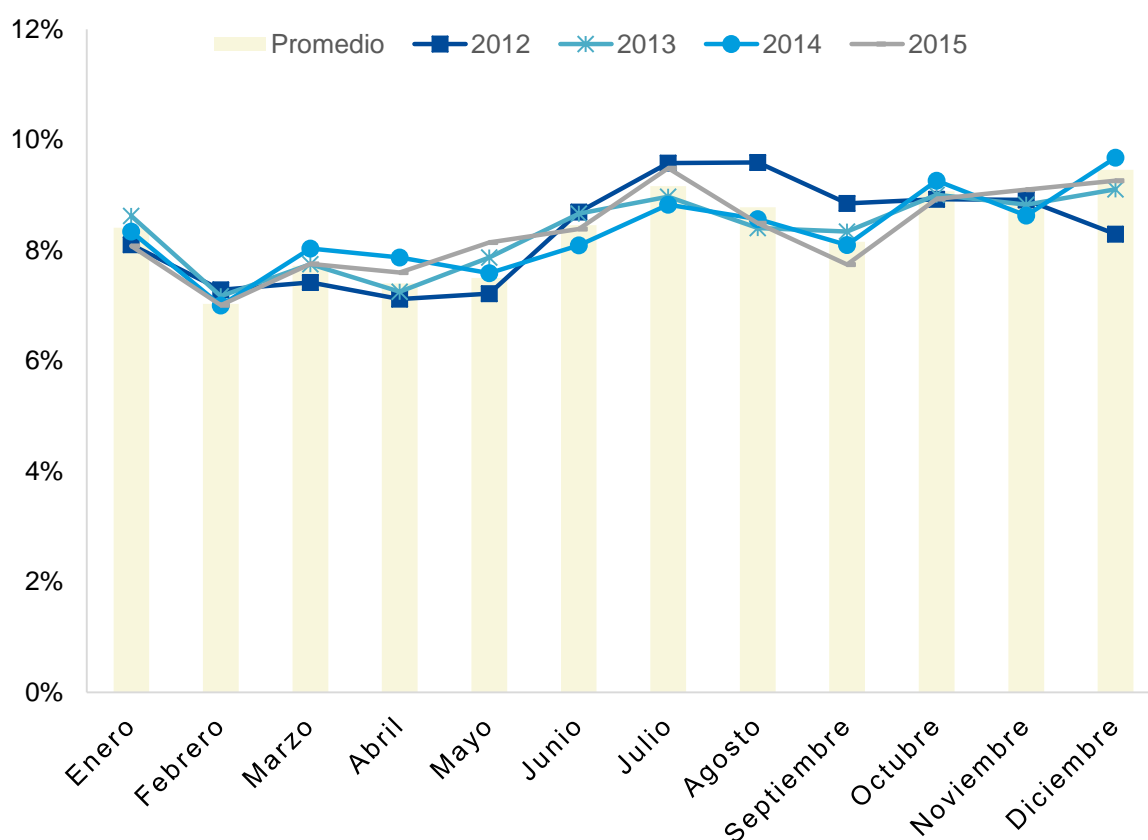
Según estudios adelantados por Fundesarrollo, contrario a la creencia popular, el movimiento de pasajeros por medio aéreo en los meses de febrero y marzo en los que ocurre el Carnaval cada año, no revelan un arribo superior de pasajeros frente al resto del año; por el contrario, durante las vacaciones de mitad y final de año, es decir, los meses de junio, julio y diciembre, el arribo neto de pasajeros es el mayor.

En promedio, durante los últimos cinco años, el arribo de pasajeros vía aérea (tanto nacionales como internacionales) en el segundo mes del año representó alrededor del 7%

del total de llegados, mientras que los que llegaron en diciembre representaron el 10.6% del total de llegados, indicando una desproporción en las expectativas, como revela el grafico contiguo. Sin embargo, ello no quiere decir que la cantidad de turistas

que ingresan sea insignificante, pues durante el último carnaval ingresaron más de 29.000 pasajeros, cuyo destino era la ciudad de Barranquilla, siendo el 8% proveniente de otros países, principalmente Estados Unidos.

Gráfica 12: Participación del Tráfico de pasajeros por mes en el Aeropuerto Ernesto Cortissoz



Fuente: Aerocivil. Elaboración Fundesarrollo

Por otra parte, por medio terrestre, el tránsito más elevado del año ocurre en los meses de diciembre y enero de cada año, mientras que para los meses del Carnaval aunque la

afluencia es menor no es la más baja; los meses de Carnaval representan una proporción media de 8% del total del movimiento frente a un 12% en diciembre. No obstante, a diferencia

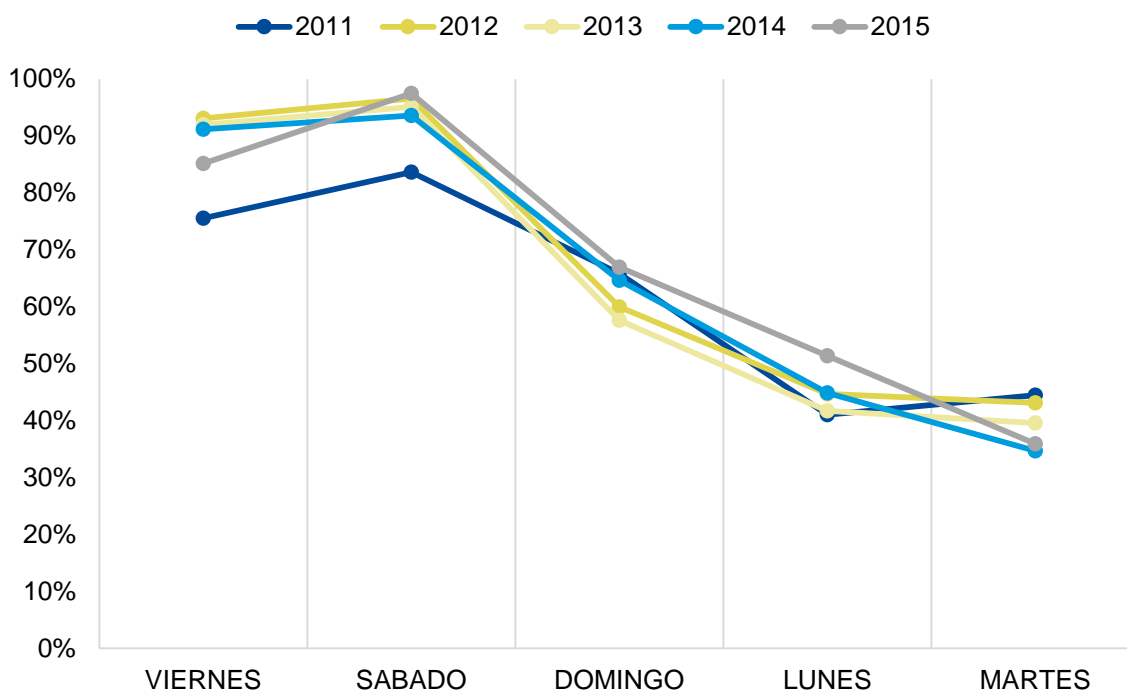
de la temporada de fin de año, el flujo de pasajeros a través de la terminal de transporte en las fiestas de Carnaval es el de mayor crecimiento en los últimos años.

B.4.5 Ocupación hotelera

Las tarifas de hospedaje durante el mes del Carnaval son la más alta de todo el año, justificada por el alta demanda para estos días en los que la ocupación promedio de la ciudad se ubica en un 66%. No obstante, para el viernes y sábado de Carnaval donde

la ocupación es de más del 90%, la tarifa hotelera se mantiene cerca de los \$550.000 por noche, por lo que la temporada realmente utiliza la totalidad de infraestructura hotelera solo por unos cuantos días, como se observa en la gráfica contigua. Los niveles de ocupación hotelera para la época se ubican en un 59% que representan un 2% adicional al promedio anual de la ciudad; en noviembre el nivel de ocupación alcanza el 64%.

Gráfica 13: Ocupación Hotelera en Carnaval



Fuente: COTELCO. Elaboración Fundesarrollo

En el año 2015, el 10% de la inversión extranjera directa que entró a Barranquilla fue para el sector de la hotelería y turismo, donde vale destacar la entrada de cadenas como Hilton, GHL y Sheraton. Asimismo, este sector abarca el 5% de las oportunidades de inversión en la ciudad.

En términos generales, para Fundesarrollo, las expectativas que se tienen del Carnaval en cuanto al turismo (de negocios, movimiento de pasajeros y ocupación hotelera), parecen ser desproporcionadas más no falsas. La dinámica durante los

carnavales a pesar de no ser la más importante del año, representa un comportamiento positivo y de crecimiento, que seguramente de no existir este evento no se daría. Ciertamente la época de final de año y las vacaciones de junio representan el momento más importante en el turismo anual de la ciudad, pero ello no implica que las festividades carnestolendas no sean importantes, solo que es necesario implementar medidas para la atracción de una mayor cantidad de visitantes que frente a una adecuada oferta se conviertan de visitantes a turistas.

B.5 Recursos Financieros

B.5.1 Ingresos

Según cifras de la Fundación Carnaval de Barranquilla, los ingresos monetarios del año 2015, sumaron \$10.741 millones y para el 2016 la suma de \$11.194 millones, para una disminución real o a pesos contantes del 2.4%.

B.5.2 Presupuesto de Gastos según eventos

El Carnaval de Barranquilla se lleva a cabo a través de la realización de 50 eventos aproximadamente. En el 2016, el rubro que demandó un porcentaje mayor de gastos dentro del presupuesto fue el de aporte a actores, absorbiendo el 20.8% del presupuesto total para ese año, seguido por los eventos Batalla de Flores (19.5%) y Coronación de la Reina (17.1%).

Tabla 19: Distribución del presupuesto de gastos según eventos del Carnaval

CONCEPTOS	2014	2015	2016
LECTURA DEL BANDO	5,5%	4,4%	3,6%
SEMILLERO Y PACO PACO			0,6%
BANDOS ALTERNOS			1,9%
ESQUINA DE LA GOZADERA			0,3%
VIERNES DE REINA Y ORQUESTAS	0,7%		0,6%
CSM Y SUS RAÍCES	1,4%		
BANDO Y CORO NIÑOS	1,1%	1,6%	0,4%
CORO REINA DE REINAS Y MOMO	1,9%	2,2%	1,8%
OTROS GASTOS REINA DE REINAS	1,8%	1,4%	1,4%
FIESTA DE COMPARSAS	0,8%	1,2%	1,5%
FIESTA DE DANZAS Y CUMBIAS	0,8%	1,3%	1,3%
GUACHERNA	2,3%	2,5%	2,0%
TOTAL DESFILE NIÑOS	1,9%	2,2%	1,8%
CORONACIÓN REINA	24,6%	7,4%	17,1%
TOTAL BATALLA DE FLORES	16,8%	17,9%	19,5%
TOTAL GASTOS B DE FLORES MOMO	1,9%	1,7%	2,3%
GRAN PARADA DE TRADICIÓN	1,5%	1,6%	2,7%
GRAN PARADA DE FANTASÍA	1,4%	1,5%	2,3%
FESTIVAL DE ORQUESTAS	3,8%	14,3%	7,9%
FESTIVAL DE DANZAS DE RELACIÓN Y ESP.	0,7%	0,6%	0,8%
ENCUENTRO DE LETANÍAS	0,1%	0,2%	0,1%
APORTES ACTORES	14,3%	18,5%	20,8%
PREMIACIÓN	0,5%	1,2%	0,3%
JOSELITO	0,5%	0,2%	0,2%
LOGÍSTICA Y SEGURIDAD	13,8%	14,7%	5,2%
TALLERES Y COMITÉS	0,0%	0,3%	0,0%
JURADOS	1,4%	1,3%	1,2%
OTROS EVENTOS		2,1%	2,4%
EVENTOS Y CARROZAS	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Carnaval de Barranquilla S.A. Elaboración Fundesarrollo

Referencias

- Banco Interamericano de Desarrollo. (2013). *The economic impact of the creative industries in the Americas*. Oxford Economics.
- Buitrago Restrepo, P. F., & Duque Márquez, I. (2013, Octubre). *La Economía Naranja: Una oportunidad infinita*. Retrieved from Banco Interamericano de Desarrollo: <https://publications.iadb.org/handle/11319/3659?locale-attribute=es>
- Colombia, C. d. (1997, 8 7). Ley 397. *Principios fundamentales y definiciones*.
- Ministerio de Cultura. (2005). *Guía para la elaboración de mapeos regionales de industrias creativas (Mincultura)*. Bogota: Centro de Estudios Regionales Cafeteros y Empresariales.
- Ministerio de Educación Nacional. (2010). *INFORME CONSOLIDADO SOBRE EL PERFIL ACADÉMICO Y LAS CONDICIONES DE EMPLEABILIDAD DE LOS GRADUADOS DE EDUCACIÓN SUPERIOR POR AREAS DE CONOCIMIENTO*. Ministerio de Educación Nacional.
- Newbiggin, J. (2009). *La Economía Creativa. Una guía introductoria*. Londres: British Council.
- Sacco, P. L. (2016, Abril). Cultural participation: New challenges and opportunities. *Governance of culture: promoting access to culture Council of Europe* (pp. 1-24). Moscú: IULM University Milan. Retrieved from <https://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/Moscow/pptsacco.pdf>